アイ・ティー・シーネットワーク
CSR報告書 2011

Corporate Social Responsibility Report

Contents

編集方針

基本方針
本報告書は、アイ・ティー・シーネットワークのCSR（企業の社会的責任）について報告するものです。作成にあたり、「環境報告書ガイドライン（2007年度版）」（環境省）および「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006」(Global Reporting Initiative)を参考にしました。

対象期間
2010年度（2010年4月1日～2011年3月31日）の実績ですが、活動や取り組み内容は一部に過去および直近のものも含みます。

対象範囲
アイ・ティー・シーネットワークとその特例子会社のITCNアシスト

発行日
2011年7月（次回発行予定は2012年10月）

問い合わせ先
経営企画部
TEL.03-5739-3702
FAX.03-5739-3704
E-mail：csr@itcnetwork.co.jp

沿革

1997年
8月 伊藤忠商事株式会社の業務受託会社として、東京都港区北青山に設立・創業
8月 大阪センター（現関西支社）開設
9月 広島センター（現中国支社）開設
10月 当社全額出資子会社として東海ネットワーク株式会社を設立

1998年
2月 福岡センター（現九州支社）開設
11月 松山センター開設

1999年
2月 札幌センター（現北海道支社）開設
7月 松山センターを高松センター（現四国支社）に移転
11月 本社を新宿区上落合に移転
11月 首都圏の開通拠点を東京都新宿区上落合に集約
12月 仙台センター（現東北支社）開設

2000年
1月 金沢センター（現北陸支社）開設
10月 首都圏の物流拠点を東京都墨田区菊川に集約

2001年
3月 ITCN企業理念を制定

2002年
4月 伊藤忠商事株式会社より一次代理店としての地位を承継
資本金を4億8,000万円に増資
4月 名古屋支店（現東海支社）開設
5月 本社を東京都目黒区上目黒に移転
5月 当社全額出資子会社としてアイ・ティー・シーネットワークサービス株式会社を設立
7月 東海ネットワーク株式会社を吸収合併により統合
12月 ITCN企業行動基準を制定

2003年
1月 ITCNコンプライアンスプログラムを制定

2004年
8月 モバイル流通・販売業界初の「ISMS適合性評価制度Ver.2.0」認証を開通センターで取得
12月 ISO14001を本社、キャリア認定ショップ1店舗に適用

2005年
2月 本社を東京都渋谷区恵比寿に移転
8月 ISMSの適用をソリューションビジネス業務、全支社の開通・物流・営業業務に拡大
12月 ISO14001の適用を1支社、キャリア認定ショップ7店舗に拡大

2006年
3月 東証二部上場
資本金を約27億円に増資
7月 アイ・ティー・シーネットワークサービス株式会社を吸収合併により統合
8月 株式会社イドムココミュニケーションズを全額出資子会社化
12月 ISO14001の適用を物流・開通センター、2支社、キャリア認定ショップ1店舗に拡大

2007年
4月 株式会社イドムココミュニケーションズを吸収合併により統合
6月 ISMSのISO27001への移行に伴いISO27001の認証を取得
12月 東証一部銘柄指定

2008年
7月 当社全額出資子会社であるITCモバイル株式会社が、株式会社日立モバイルの移動体通信事業を会社分割により承継
7月 ITCモバイル株式会社を吸収合併により統合
8月 ISO27001の適用を本社と新宿/日本橋ビジネスセンターの法人営業業務に拡大
12月 ISO14001の適用をキャリア認定ショップ25店舗と3ビジネスセンターに拡大

2009年
2月 菊川物流センターでISO9001（品質）の認証取得
10月 ISO27001の適用を赤坂ビジネスセンターと8支社の法人営業業務と情報システム部の開発・運用業務に拡大
12月 ISO14001の適用をキャリア認定ショップ22店舗と5支社に拡大

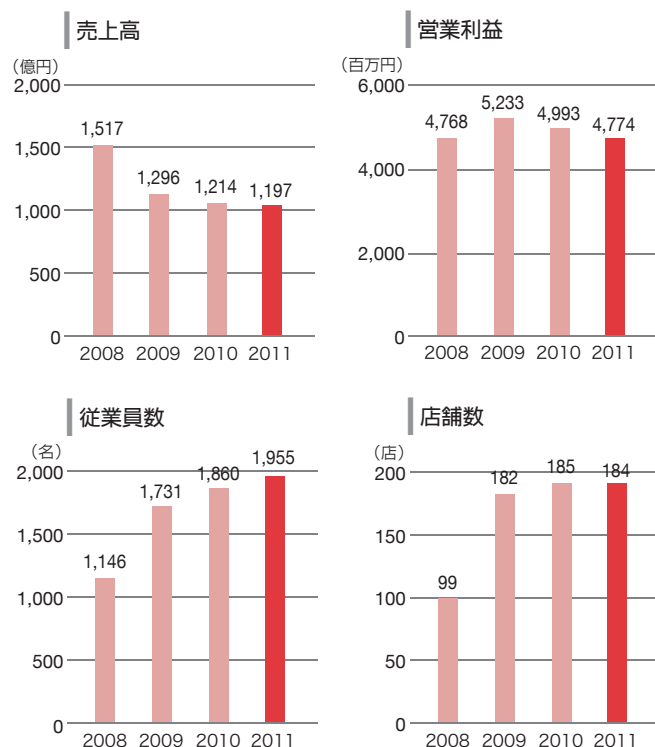
2010年
12月 ISO14001の適用をキャリア認定ショップ15店舗と1ビジネスセンターに拡大

アイ・ティー・シーネットワークの概要

会社概要

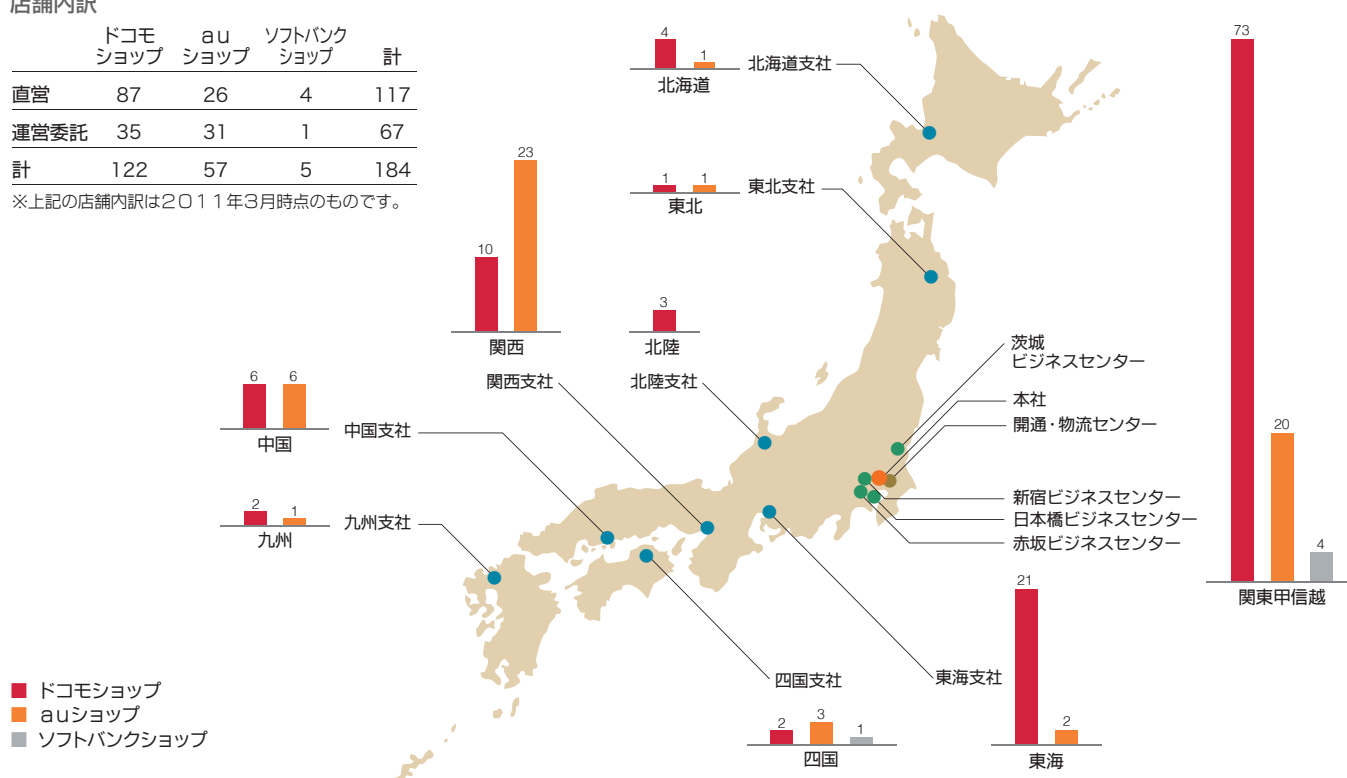
商号	アイ・ティー・シーネットワーク株式会社
本社所在地	東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー26F TEL.03-5739-3700（代表）
代表取締役社長	寺本　一三
資本金	2,778,442,500円 ※2011年3月31日現在
決算期	3月（年1回）
設立	1997年8月
主要株主	伊藤忠商事株式会社（60.34%） ※2011年3月31日現在
事業内容	携帯電話の卸売・販売および携帯電話を 利用したソリューションサービスの提供
従業員数	1,955名　※2011年3月31日現在
従業員平均年齢	31.8歳　※2011年3月31日現在
取引銀行	みずほコーポレート銀行／三井住友銀行／ りそな銀行／住友信託銀行
株式上場市場	東証1部（証券コード9422）

財務状況

※下のグラフはいずれも各年3月期の数値です。

事業所・店舗展開

店舗内訳

	ドコモショップ	auショップ	ソフトバンクショップ	計
直営	87	26	4	117
運営委託	35	31	1	67
計	122	57	5	184

※上記の店舗内訳は2011年3月時点のものです。

アイ・ティー・シーネットワーク株式会社
代表取締役社長
寺本 一三

新たな価値の連鎖を生み出すことで、一層信頼される企業を目指します。

当社の強みを活かした変化への挑戦

当社は1997年に創業し、キャリア（通信事業者）の一次販売代理店として携帯端末の販売ならびにアフターサービスを展開してきました。

当社は、個人のお客さま向けに充実したアフターサービスを提供できるキャリア認定ショップ、集客力に優れた大手カメラ／家電量販店、さらに成長余地の大きい法人営業という三つの販売チャネルを持ち、これらをバランスよく展開しているのが強みです。これらのチャネル販売に求められる高度な接客スキルや販売力、情報マネジメント力、安定した収益力等を活かし、お客さまにもキャリアにも信頼され選ばれる店舗、企業を目指しています。

この数年間、携帯電話は普及率が高く、その買い替え需要は堅実に存在するものの端末機能面で新鮮味に欠けることから、新規需要等は低迷を続けていました。しかし、2010年秋から市場ではスマートフォンのブームが起こってきました。この流れは一過性のものではなく大きな流れに変わると思います。

この認識に基づき、当社は2011年度経営スローガンを「市場環境の大きな変化を捉え、自らの変革と進化にチャレンジし、新しい時代に向かって新たな成長への礎を固める」と決定しました。

それを具体化する事例として、社内のさまざまな部門からスペシャリストを集め、スマートフォンに特化した対策を実施する課を新設しました。そこでは、大手カメラ／家電量販店の販売員とキャリア認定ショップのスタッフを対象に、スマートフォンに関する教育研修と、電話による疑問・質問に直ちに回答する年中無休の「ヘルプデスク」業務を行っています。さらに、社内向けに情報発信を行う情報サイトの運営も行うなど、スマートフォンに関する知識・情報の質の向上に挑戦しています。

さらに、日本から米国に渡航されるお客さま向けに、現地法人ITC Networks USA, Inc.を設立し、米国における携帯電話サービスの提供と店舗運営にも着手しました。

個の価値を高め、価値の連鎖を目指す

3月11日の東日本大震災で犠牲になられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、ご遺族へのお悔みと被災された方々へのお見舞いを申し上げます。また、被災地の一日も早い復興をお祈り申し上げます。この大震災では、携帯電話が国民生活の重要なライフラインであることが再認識されました。私は日頃から、従業員にはその重要なサービスを担うプライドと使命感を持って業務を遂行するよう伝えておりますが、従業員も今回の大震災でその意識を再確認したものと確信しております。

当社では「人間尊重の経営を標榜し、個の価値、会社の価値

を高め、社会に貢献する」という企業理念を掲げていますが、その実現に欠かせないのは従業員の人財力です。つまり、従業員一人ひとりが自分の価値を高めることで、会社の価値も高められ、それによりお客さま、お取引先、株主、そして社会というさまざまなステークホルダーと会社との間に新たな価値の連鎖を生み出して行くことを目指しています。そこで当社が重視しているのが、お客さまに満足していただくためには従業員自身が満足している必要がある、「ES*1なくしてCS*2なし」という考えです。これをもとに人事制度や社内教育、職場環境の改善・整備を進め、またES調査とメンタルヘルスチェックを実施して問題点を探り出し、従業員が仕事にやりがいを持ち、モチベーションを維持向上できるよう対策を立て、働きやすい環境づくりを推進しています。

情報セキュリティマネジメントの強化

当社では業務の性質上、日々膨大な数のお客さまの個人情報をお預かりしています。これを適切に取り扱うことが、事業を継続していく上での重要な生命線であると認識し、早くから情報セキュリティマネジメントの強化に取り組んできました。2004年8月に開通センターで情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）による情報管理体制を整備し、業界初の認証を取得したのを皮切りに、本社、全国の支社、ソリューションビジネス部門へと認証取得を広げてきました。2007年に取得認証をISO27001に移行した後、2008年には法人営業部門、2009年には情報システム部門もこれを取得するなど、当社ショップや当社が関係する大手カメラ／家電量販店で、お客さまに安心してご購入いただける体制づくりを着実に進めています。

環境活動・社会貢献活動の推進

企業は営業活動に専念するだけでなく、地域社会においても信頼される「よき企業市民」でなければなりません。当社では環境問題への取り組みと社会貢献活動は「ITCN企業行動基準」の中で積極的に取り組むことを謳い、役員と全従業員が行動の指針として日々の活動に反映しています。2010年度はキャリア認定ショップや開通・物流センター等の53拠点において、合計89件の自主的な環境活動・社会貢献活動が展開され、その大半は地元に密着した活動でした。そのうち優れた活動11件に対して新年会で表彰し、従業員の労に報いました。当社では、企業の経済的責任を追求していくことに加え、このような従業員の自主性から生まれた地道な環境・社会貢献活動をさらに拡大していくことで、社会から一層信頼される企業にしていきたいと考えています。

*1 ES：Employee Satisfaction（従業員の満足）
*2 CS：Customer Satisfaction（お客さまの満足）

アイ・ティー・シーネットワークの企業理念

新たな価値創造へ

企業理念

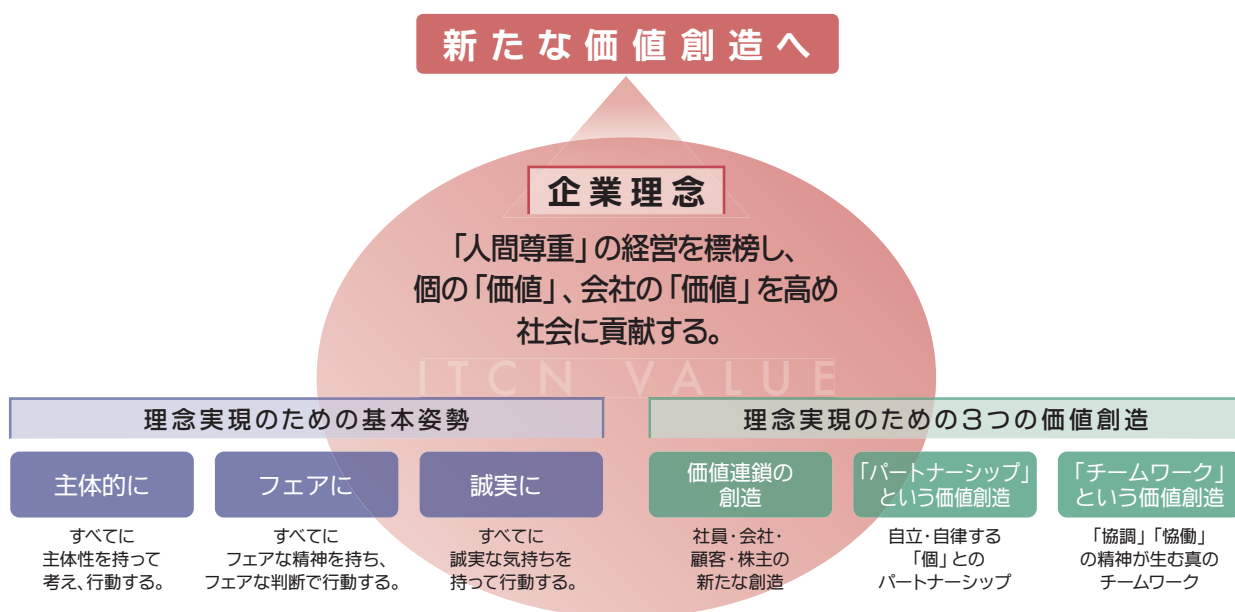
「人間尊重」の経営を標榜し、
個の「価値」、会社の「価値」を高め
社会に貢献する。

ITCN VALUE

理念実現のための基本姿勢

- 主体的に — すべてに主体性を持って考え、行動する。
- フェアに — すべてにフェアな精神を持ち、フェアな判断で行動する。
- 誠実に — すべてに誠実な気持ちを持って行動する。

理念実現のための3つの価値創造

- 価値連鎖の創造 — 社員・会社・顧客・株主の新たな創造
- 「パートナーシップ」という価値創造 — 自立・自律する「個」とのパートナーシップ
- 「チームワーク」という価値創造 — 「協調」「協働」の精神が生む真のチームワーク

アイ・ティー・シーネットワークの事業

アイ・ティー・シーネットワークの事業は、個人のお客さまを対象とする「コンシューマ事業」と、
企業や団体などのお客さまを対象とする「法人事業」に大別できます。
すべてのキャリア（通信事業者）の一次代理店として、携帯電話等の販売および
携帯電話を使ったさまざまなソリューションサービスを展開しています。

コンシューマ事業

キャリア認定ショップ

ドコモショップ、auショップ、ソフトバンクショップのキャリア（通信事業者）認定ショップを全国で運営し、
携帯電話の販売、各種ご相談等のアフターサービスの提供などを行っています。

ショップ運営

キャリアの"顔"として、幅広い業務知識と接客マナーを備えたスタッフを揃え、お客さまに安心と満足をお届けできるショップ運営を心掛けています。

端末販売

次々と登場する新製品の機能や操作方法および新サービスの特徴を把握して、お客さまのご要望に適した端末の新規販売と機種変更をご案内します。

アフターサービス

操作方法のご説明、料金プランの見直し、端末の修理、利用代金の受け取りなど、販売後もお客さまが快適に携帯電話をお使いいただけるようにさまざまなご相談に応じます。

大手カメラ/家電量販店

大手カメラ/家電量販店に携帯電話の卸販売を行っています。
業界最大クラスの物流・開通センターを背景に、正確かつ効率的な流通販売業務を実現しています。

物流

当社物流センターで機器の入出荷と在庫の集中管理を行い、各店舗に人気商品や新製品をタイムリーに供給し、在庫切れによる機会損失を防ぎます。

開通

業界最大クラスの規模を誇る開通センターを構え、新規に携帯電話を購入されたお客さまの契約回線の開通業務や機種変更に伴う各種手続きなどを行っています。

販売支援

店頭販売員を多数派遣して販売をサポートするほか、店内にサービスコーナーを設けて、携帯電話料金の支払い、端末の修理、各種ご相談などに応じています。

法人事業

法人営業

法人のお客さまに携帯電話を使ったさまざまなソリューションサービスを提案し、業務効率の向上、通信コストの削減、セキュリティの強化など、ビジネスの発展をサポートします。

携帯・固定電話管理（E-PORTER）

企業で使用する携帯電話と固定電話を一元管理。回線の管理・運用、通話料金の部課別仕分け、最適料金プランの提示などを一括代行し、業務負担の軽減とコスト削減に貢献します。

管理業務アウトソーシング

社用の携帯電話の管理業務を代行します。ヘルプデスクや使用状況のレポーティング、緊急時対応サービスなど各種のサービスが受けられ、コストの削減やセキュリティの強化が図れます。

携帯×内線ソリューション

既存のPBX設備と端末を活用して、社員個々の携帯電話と社内の固定電話間の通話を内線扱いとして無料利用できるようにするソリューションサービスです。

モバイルネットワーク

オフィスのPCで利用しているアプリケーションを携帯電話と連携させ、いつでもどこでも安全に社内サーバにアクセスできるシンクライアント環境を創出します。

マーケティングソリューション

携帯電話をはじめモバイル機器ならではのリアルタイム性と機動性を活かした各種サービスを用意して、企業のマーケティング活動などをサポートします。

モバイルミル

携帯電話を活用して消費者心理をリサーチするマーケティングサービスです。モバイルの特性を活かし、消費行動直後のその場の想いを収集・分析できます。

ブログ・ジー

一般女性のブログを通じて、商品・サービスの感想やそれにまつわるエピソードなどを広く配信する、女性向けのクチコミによるPRサービスです。

プリペイドサービス

全国のファミリーマートに設置されている「Famiポート」で、携帯電話および国際電話のプリペイドカードや電子マネーを提供しています。募金の受付もしています。

特集 従業員座談会

さらに信頼される アイ・ティー・シーネットワークで あるために

携帯電話がほぼ「一人一台」まで普及し、社会の重要なインフラの一つとなった今、
携帯電話販売を事業とするアイ・ティー・シーネットワークの役割は
ますます重要性を増しています。
今後もお客さまに信頼され、社会から求められる企業であり続けるためには何が必要か。
さまざまな立場の当社従業員5名に加え、ナビゲーターとして
携帯電話など情報通信ネットワークの研究をご専門とされている
筑波大学の川原崎雅敏教授を招いて、座談会を開催しました。

■開催日：2011年4月25日（月）13:30〜15:30　■開催場所：アイ・ティー・シーネットワーク株式会社本社

ナビゲーター（社外有識者）

川原崎 雅敏

筑波大学 情報学群
情報メディア創成学類 教授

約27年間のNTT研究所勤務を経て、2004年より筑波大学へ。一貫して社会に役立つ情報通信ネットワークをテーマとし、現在は同大学ユビキタスネットワーキング研究室で携帯電話を使った生活習慣病管理支援システムや次世代携帯電話LTEの災害時における疎通率向上などを研究中。

当社参加者（発言順）

田口 麻里子

営業第二部門
ショップサポート部
営業支援課

ドコモショップを中心としたキャリア認定ショップのスタッフの教育育成、クレーム対応など店頭業務のサポートを担当。

八下田 剛

営業第一部門
企画推進部
企画推進四課
課長

スマートフォンの拡販とお客さまサポートの拡充を目的として、2011年4月に発足した「スマートフォン対策チーム」のリーダー。

震災時、携帯電話の持つ多彩な機能が活躍

川原崎　2011年3月11日に発生した東日本大震災では、ライフラインとしての携帯電話が再認識されたと思いますが、実際にはどのくらい役に立ち、どのような役割を担ったでしょうか。
田口　被災地ではお財布は忘れても携帯電話は持って逃げたという人が多かったようです。津波で固定回線が流されてしまった中で、数少ないコミュニケーションツールでした。
八下田　正確な情報を得るのにワンセグ付き携帯電話のテレビが有効だったと聞いています。もちろんテレビ自体が映らなかった地域もあったようですけど。
　私自身は、震災当日、東京本社にいたのですが、揺れた直後は通話もメールもつながらなかったので、スマートフォンでツイッターにアクセスして情報収集していました。
川原崎　スマートフォンはどうでしたか？
八下田　震災当時、スマートフォンには緊急地震速報の受信機能がなかったのですが、その後、地震を事前に知らせたり、全国の放射線量を確認できるアプリケーションが登場しました。さらに計画停電で混乱していた時、首都圏の鉄道の混雑状況をツイッターと連動させてリアルタイムで確認できるアプリを作った人がいて非常に便利でした。
川原崎　迅速かつ柔軟に新しいアプリが開発されていくのはスマートフォンならではですね。また、一度のアクセスで多くの情報を取得できる点も災害時には有利だと思います。

現場で収集した声を、キャリアやメーカーへ

川原崎　震災時にキャリア各社が安否確認のための災害伝言板サービスを行っていましたが、意外に利用者が少なかったようです。ある調査によると、今回の大震災での安否確認手段は、携帯メール、携帯通話、固定電話による通話、パソコンメール、スマートフォンメール、公衆電話、そのあとスマートフォンによるツイッターといった順になっていて、災害伝言板サービスはもっと下位でした。
八下田　普段使わないものなので、そういうサービスがあることすら忘れていた人が多かったのではないでしょうか。
川原崎　阪神大震災のあとにも議論が出たのですが、災害用に特別なものを用意してもダメですね。日常使っているものでないと、災害時に役に立たないというのが教訓でした。
田口　ショップで行っている電話教室などを通じて、日頃からご案内しておく必要があるかもしれませんね。
　震災から1ヵ月が経ちますが、いまだに余震が時々ある中で、緊急地震速報を受信できる機種に変更されるお客さまが多く見られます。
今井　法人のお客さまですと、震災直後の電話がつながりにくかった時に衛星電話が活躍したことで、非常に高価な商品ですが、注文が殺到しています。あとは予備のバッテリーがたくさん売れています。

今井 周作
営業第三部門
法人ビジネス企画部
法人ビジネス企画一課
課長代行

法人のお客さまを対象に、携帯電話を活用したビジネスサービスの企画・運用・推進を担当。主に管理・運用業務のBPO*1を展開。

吾妻 貴弘
営業第一部門
代理店営業部
業務サポート課
課長代行

開通・物流センターでの業務を経て2011年より量販店向け精算、出荷業務と営業支援、販売スタッフ勤怠管理等を担当。

遠藤 博之
営業第四部門
営業推進統轄部
部長

当社が運営するauおよびソフトバンクのショップにおける業務管理サポート、営業支援等を担当。

*1　BPO:Business Process Outsourcingの略。
業務プロセスの一部を外部企業に委託すること。

田口　電池が長持ちする携帯電話があるといいね、というお客さまもいらっしゃいます。
川原崎　そうしたさまざまな販売現場のニーズをキャリアやメーカーにフィードバックする仕組みはあるのですか?
今井　現場の声やニーズをキャリアさんに上申する制度があります。キャリアさんはそれをメーカーさんへと伝えてくれます。今後SIMフリー*2になると、キャリアさんとメーカーさんの関係がバラバラになるので、直接メーカーさんなどにお話する機会が必要になるかなと思っています。
川原崎　かつてNTT研究所にいたころ、新システムやサービスを開発したものの、それが世の中のニーズに合っているのかどうか分からないといったケースもよく見られました。そういう意味で現場の声を開発側に届けることは非常に重要です。今回の震災で何がうまくいって、何がうまくいかなかったかをきちんと整理しておくことは大切ですね。

スタッフのスキルアップが、お客さまサービスに直結

川原崎　御社の2011年度の経営方針に「お客さまサービスの追求」とありますが、それぞれの立場で、どのような課題を持って、どのような取り組みをされているでしょうか。
吾妻　私は量販店担当ですが、究極の目標としては今回の震災でも対応が評価されたディズニーランドのようなお店を目指したいと思っています。ディズニーのスタッフはアルバイトが大半であるにも関わらず、本当にお客さまの気持ちを理解したサービスがなされています。感動したのは、マニュアルは7〜8割までで、あとの2〜3割はスタッフが自分で考え最善のサービスを行うらしいのです。つまり「人と人」というところでサービスを行っている。私たちのショップでも、スタッフの側から積極的に働きかけてニーズを聞き出し、それに対して最善の策をカスタマイズしてあげることが大切だと思います。そうすることで、ショップやスタッフのファンを増やしていけます。
遠藤　それには、スタッフの総合力を高めていく必要がありますね。スタッフの育成を行う私たちからすると、スタッフの持てる力を最大限に発揮できるスキームを作らないといけない。
田口　スタッフ教育で難しいと思うのは、新しい製品やサービスが次々に出てくるので、その知識の習得で精いっぱいになってしまっているところがあります。
川原崎　スタッフでさえ追いつけないほどの新サービスや新メニューが続々と出てくることが問題かもしれませんね（笑）。スタッフの方々が大変だということは、一般ユーザーはもっと難しい。
八下田　4月から「スマートフォン対策チーム」を作り、その一環としてスタッフ向けのヘルプデスクを設けました。お客さまは、ドコモショップのスタッフならドコモのスマートフォンについてなんでも知っていると思われていますが、実際には難しい。もともと多機能な上に、続々と新機種が出てきますし、メーカーさんやキャリアさんの商品説明会でも概略しかわからない。そのギャップを埋めるのがヘルプデスクです。スマートフォンに関する情報を集約し、ショップスタッフの知識をサポートすることで、お客さま満足を高めていければと考えています。
今井　私の部署は法人のお客さまが対象なのですが、以前は携帯電話の調達がメイン業務でしたが、3年前くらいからは料金や回線の管理まで行ってほしいというニーズが増えています。最近ではスマートフォンを導入したいが、業務にどのように活かせるかがわからないといわれるお客さまも多く、お客さまの業務に踏み込んだ提案が求められています。それに応えていくには我々のスキルアップがもっと必要ですね。

あらゆるお客さまにきめ細かなフォローを

川原崎　携帯電話の販売会社として、個人情報の取り扱いなどにも気を付けておられると思いますが、安心安全に携帯電話を使っていただくという面で、例えば、お子さまのフィルタリングであるとか、高齢のお客さま、障害のあるお客さまに対しては、どのようなサポートをしていますか?
田口　フィルタリングに関しては地域や学校によって温度差があって、フィルタリングがないと携帯電話を販売しちゃいけない地域があったり、学校によっては保護者への連絡を携帯電話のメールや掲示板で行っていて、フィルタリングをかけると、それが使えなくなったり。個別に対応していくしかありません。
吾妻　フィルタリングの問題もそうですが、掲示板に誹謗中傷を書き込むとか、今年ニュースになった受験問題の漏えいであるとか、倫理面での正しい携帯電話の使い方を教育する必要性を感じています。親も学校も教えないですからね。これについては、私たちも真剣に考えていかないといけない。

遠藤　高齢者や障がい者のお客さまへのサポートとして、ショップのバリアフリー化は順次進めています。まだ全店舗が対応しているわけではないので、迅速に取り組んでいるところです。
今井　法人部門では、高齢の社長さんなどが携帯電話の使い方がよくわからないというケースでは、専用ヘルプデスクを設置して、問い合わせにすぐに応えるサービスを行っています。
吾妻　法人のお客さまだけでなく、ヘルプデスクを設けるというのはいいですね。例えば、携帯電話を使っていて、疑問が生じたり、わからなくなったときに、気軽に電話で相談できますから。特に高齢のお客さまだと、取扱説明書を読むのも大変ですし、ショップまで足を運ぶのも大変です。
川原崎　そういうデスクがあればとても便利ですが、実現のためには相当の人的リソースが必要ですね。電話を掛けてもつながらなければ意味がない。例えば、東京からの問い合わせに北海道のオペレーターが対応するというようにリソース先を分散すれば、雇用の創出にもつながるかもしれません。
吾妻　それこそ携帯電話ですから、問い合わせ窓口の場所は海外でもいいのです。個人情報の取り扱いやセキュリティの問題をクリアできれば、子どもを抱えた方が在宅で一定時間だけ対応することも可能だと思います。

社会の重要インフラを扱っている責任を胸に

川原崎　まとめとして、CSRの観点から今後の課題や目標などを語っていただきたいと思います。
今井　法人部門としては、法人のお客さまに携帯電話というライフラインツールを納入することが基本的な役割だと思っています。あとは、お客さまの事業継続にとって有効な、外部委託業務の担い手となることです。例えば、今回のような大災害が起きた時に、セキュリティを担保しながら、デスクで行う仕事をスマートフォンなどから外部でも行えるようにするといった所謂テレワークですね。本来はお客さまの情報システム部などが行う業務ですが、本社機能が被災しても、我々が代行することで、お客さまの事業が止まらずに済む。こうしたきめ細かな対応はキャリアさんでもできないことだと思います。
吾妻　先ほど申し上げた、アフターフォローのためのヘルプデスクはぜひ実現したいですね。量販店やショップではお客さま一人ひとりに丁寧に対応しなくてはならない一方で、お待たせしているお客さまもいるので効率も求めないといけない。そうしたときに販売時とその後のヘルプデスクの二段構えで対応できれば、お客さまも安心できると思います。
　それと、業務からは離れますが、私が以前所属していた営業サポート課では事業所が墨田区にあり、ここが町内会の会員となり、ビル周りの清掃を行ったり、災害時のジャンパーを寄付したりして、地域との交流を深めています。こうした地域貢献活動や、さまざまな社会貢献活動に今後も積極的に取り組んでいきます。

田口　最近はショップでも地域密着を意識しています。携帯電話そのものが生活に密着していますから、誰もが気軽に来店できないといけないですね。今回の震災で、被災地のショップに話を聞くと、お客さまが壊れた携帯電話を持ってきて、「この携帯電話には、ばあちゃんとの思い出が入っているんだ」とか、「思い出に留守番電話の声を残しているの」という話をされるそうで、携帯電話が生活に密着していることをあらためて実感します。
川原崎　阪神大震災が起きた1995年当時は、携帯電話もインターネットもまだ黎明期という時代でした。それを考えると、情報通信を取り巻く環境は大きく変わりました。
八下田　黎明期という点では、今も良く似ているかもしれません。スマートフォンが登場して、ツイッターなどが普及し始めて。そういう意味では、今後新しいビジネスが始まっていくと思いますので、それをしっかり見極めて、自分たちのビジネスに取り入れていくことが大切ですね。
遠藤　私たちは、携帯電話という社会の重要インフラの一翼を担う商品を、キャリアさんの代理店として最前線で販売しているわけです。このことがすでに大きな社会的責任を負っているということを自覚しないといけないですね。
　それから、細かいことですが、携帯電話の販売窓口としての責任から、回収窓口も担わなければいけないと思っています。電話本体だけでなく、電池、付属品、取扱説明書なども含めて回収し、しかるべき安心・安全な形でリサイクルしていく。すでに取り組んでいますが、さらに徹底していきたいですね。
川原崎　今日は大変勉強になりました。携帯電話という重要なツールを扱う事業者として、御社には今後とも頑張っていただきたいと思います。

*2　SIMフリー：　これまでの携帯電話は他の通信会社のSIMカードを差しても使えないようにSIMロックがかかっていたが、SIMフリーの携帯電話では通信方式が同じなら他の通信会社でも使用可能になる。

アイ・ティー・シーネットワークのCSR

**持続可能な事業活動を通して社会的責任を果たし、
さまざまなステークホルダーとの良好な関係づくりを進めていきます。**

多様なステークホルダーに対し責任を果たします

アイ・ティー・シーネットワークは、個人や法人のお客さま、大手カメラ／家電量販店などのお取引先、キャリア（通信事業者）、従業員、株主、行政機関、地域社会など、さまざまなステークホルダーに支えられて事業活動を行っています。当社は、その活動を持続可能なものとするために、環境を損なうことなく、社会的に責任ある方法で運営していかなければならないと考えています。そのために、さまざまなステークホルダーと誠実に向き合い、それぞれから寄せられる課題や要請に事業を通して真摯に応えて行きます。CSRをこのように推し進めることを通して、社会からさらに信頼される企業となることを目指します。

ステークホルダーとのかかわり

CSRマネジメント

アイ・ティー・シーネットワークは信頼に基づいた経営を実践するため、コーポレート・ガバナンス、コンプライアンス、リスクマネジメントなどの充実・強化を図っています。

コーポレート・ガバナンスとCSR管理体制

当社では、経営に関する重要な意思決定や業務執行の監督を取締役会で行っています。取締役会は5名で構成され、うち1名を社外取締役とすることで客観性と中立性の確保を図っています。

また、取締役の職務執行が適切に行われているかを監査する機関として、監査役会を設けています。監査役会は常勤監査役1名と、弁護士および公認会計士を含む社外監査役3名の計4名で構成されます。

さらに、社長の重要な意思決定に関わる諮問機関として、常勤取締役および部門長を常任メンバーとするマネジメント・コミッティ（IMC）を原則的に月2回開催しています。

また、CSR推進のためCSR・コミッティを設け、その下にコンプライアンス、情報セキュリティ、内部統制、安全衛生、環境の5つの委員会を置いています。これらの委員会は、それぞれ前四半期のCSR状況の報告をCSR・コミッティに行い、重大案件や問題が発生した際は、その都度、解決策について同コミッティで社長承認を得ることが義務付けられています。

コンプライアンス委員会

コンプライアンスプログラムの方針の策定、方針に沿った具体的施策と社内教育施策の決定、前四半期に起きた重大な事件・事故に関する内容報告や再発防止策等を協議します。緊急性の高い重大な「内部情報」（P.14）が発生した場合は、臨時コンプライアンス委員会を開催して、対応策を取り決めます。

情報セキュリティ委員会

情報セキュリティポリシーおよび情報セキュリティ対策基準の立案と見直し、情報セキュリティマネジメントシステムの導入と運営に関する各種施策の検討と決定、さらにこれらの基準や施策等の遵守・運用状況と実効性について確認と見直し等を行います。

内部統制委員会

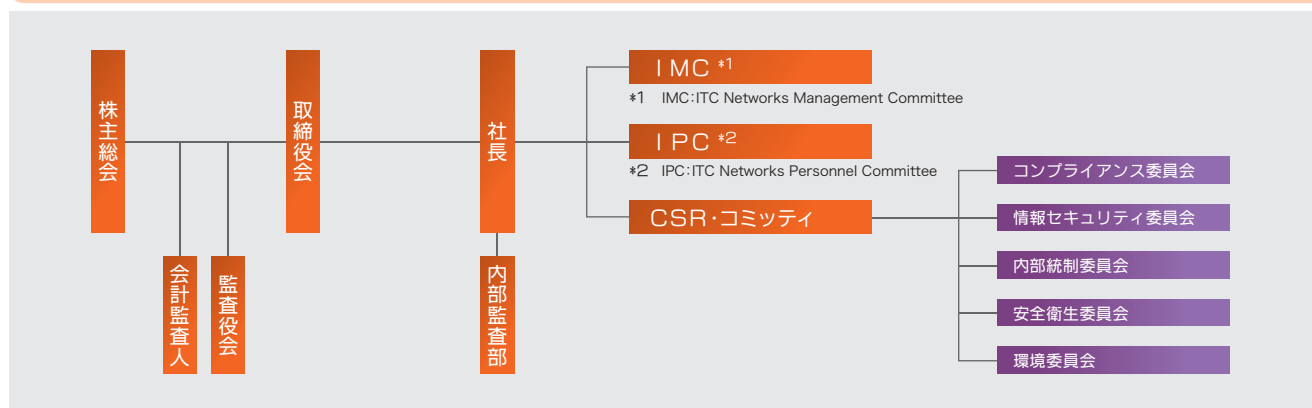
財務報告に関する信頼性の確保、および業務の有効性と効率性の向上を図るため、内部統制プロセスを構築してその履行状況を定期的に評価し、不備への対応策を検討します。なお、法令遵守に関わる内部統制事項についてはコンプライアンス委員会が管轄します。

安全衛生委員会

従業員の安全と健康を実現するために、職場の安全衛生と職務環境の整備・向上を図ります。多残業の削減、サービス残業の発生防止、障がい者雇用の促進、有給休暇と夏季休暇の取得促進、防火管理体制の確立、年1回の健康診断受診の徹底、産業医との面談状況の把握などを行います。

環境委員会

環境保全活動と社会貢献活動の推進、電力使用量の削減、携帯電話の回収などを図ります。

コーポレート・ガバナンス体制

コンプライアンス

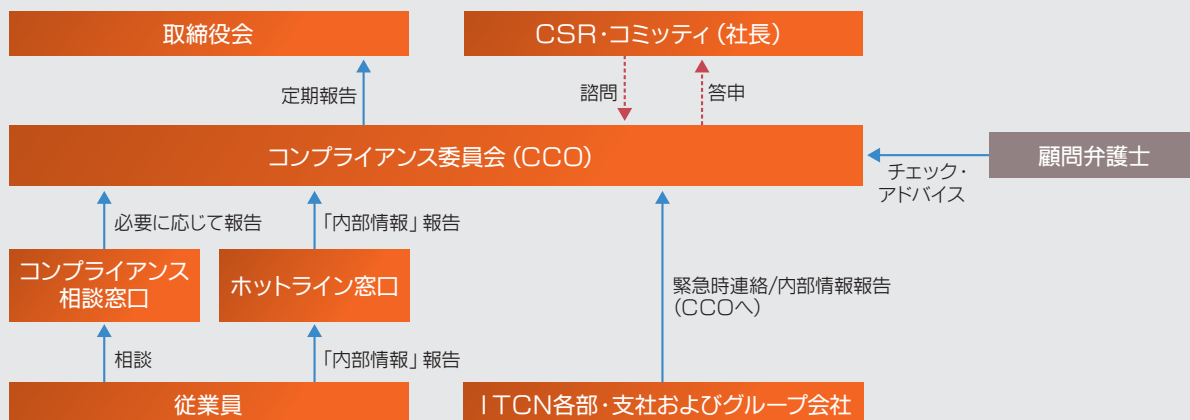
当社は2003年1月、良き社会の一員として、法令の遵守と、持続可能な事業活動の推進を目指してコンプライアンスプログラムを策定しました。さらに、2004年10月にはCSR・コミッティ、およびその下部組織の一つであるコンプライアンス委員会を設立しました。以来、四半期ごとに定例委員会を開催するなど、全社的なコンプライアンスの推進を図っています。
コンプライアンス委員会は、チーフ・コンプライアンス・オフィサー(CCO)を兼ねる取締役専務執行役員が委員長を、また常勤取締役、部門長、機能部門各部長が委員を務めます。CCOはこの委員会を主宰するほか、社長を補佐して全社的な見地よりITCNグループのコンプライアンス体制を構築し、また社長特命によりコンプライアンス関連業務を遂行するなど、重要な職責を担っています。

コンプライアンスを浸透・徹底させるために

当社の役員と全従業員が「企業理念」を実践していけるよう、事業活動のさまざまな局面において各自が遵守すべき具体的事項を「ITCN企業行動基準」に定めています。この行動基準は、「企業理念」とともにカード化することで、全員が社員証ケースに入れて携行し、いつでも確認できるようにしています。
また、コンプライアンス意識の浸透を図るため、「コンプライアンスプログラム」をイントラネットのトップページに掲載しています。さらに、当社業務に関連する法令の概要、業務上の注意点などを記載した「法令チェックシート」も掲載し、必要に応じて確認できるようにしています。

このほか、2005年から全従業員を対象に「ケータイスタディコンプライアンス研修」を実施しています。これは、携帯電話やPC上で行う研修であり、当社業務に関連する法令等の問題を解いてもらい、その結果を各人にフィードバックして理解を促すというものです。正社員をはじめパートナー社員、アソシエイト社員、派遣社員にも設問内容や出題数を変えて研修を行っています。

●「ITCN企業行動基準」の詳細は、当社ホームページでご紹介しています。
http://www.itcnetwork.co.jp/corporate/behavior

コンプライアンス体制

情報セキュリティ

当社は業務を通して、日々膨大な量のお客さま情報(個人情報)をお預かりしています。公共性の高いキャリア(通信事業者)から委託されて携帯電話の販売を行う当社にとって、これらお客さま情報を適切に管理・保護することは、社会から寄せられる信頼への重大な責務であり、経営の重要課題であると考えています。そのため、当社では「情報セキュリティポリシー」および「個人情報保護の基本方針(プライバシーポリシー)」を定め、情報の取り扱いには細心の注意を払っています。
これと同時に、情報管理体制

の整備にも積極的に取り組んでいます。2004年8月には、業界初となる「情報マネジメントセキュリティシステム(ISMS)適合評価制度(Ver.2.0)」の認証を東京・菊川開通センターで取得しました。その後、本社におけるソリューションビジネス(現法人営業)部門、物流センター、全国の支社へとその適用範囲を拡大しました。2007年6月には、ISMS制度が情報セキュリティマネジメントシステムの国際標準規格である「ISO27001認証基準」へ移行したことから、各部署、事業所、支社等で改めてその認証の取得を図りました。2008年8月には法人営業部門もこの認証を取得し、体制の整備が進んでいます。

多くのお客さまに安心して当社をご利用いただくために、情報セキュリティの充実に今後も継続的に取り組んでいきます。

●「情報セキュリティポリシー」「個人情報保護の基本方針(プライバシーポリシー)」の詳細は、当社ホームページでご紹介しています。

情報セキュリティポリシー
http://www.itcnetwork.co.jp/corporate/security

個人情報保護の基本方針(プライバシーポリシー)
http://www.itcnetwork.co.jp/corporate/kojin

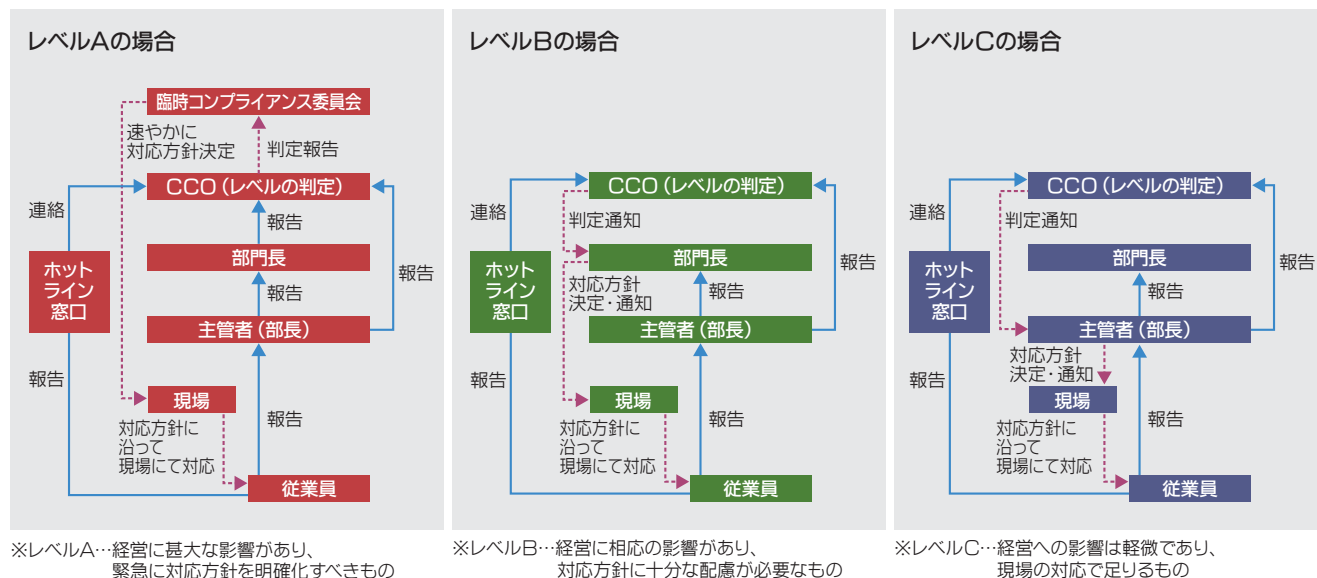
「内部情報」発生時の対応

当社では、法令や社会規範、社内規程に違反するか、または違反する恐れのある事実、および取引先やお客さまに重大な影響を与える恐れのある事実等を「内部情報」として定義しています。内部情報は、経営に与える影響の重要度によって「レベルA」「レベルB」「レベルC」の3段階に分けています。
内部情報が発生した場合は、発生部署の主管者(部長)を通してコンプライアンス委員会のチーフ・コンプライアンス・オフィサー(CCO)に報告し、すべてをCCOが一元管理をする体制をとっています。内部情報発生の報告を受けたCCOは、内部情報のレベルをA、B、Cの3段階で判定し、レベルAは臨時コンプライアンス委員会が、レベルBは部門長が、レベルCは部長が対応方針を決定します。内部情報の内容と再発防止策は各部署の責任者に通知され、また、内部情報事例集としてイントラネットのトップページに掲載され、全従業員が情報を共有することで同様の事件・事故の再発防止に努めています。

「内部情報」発生時の手続き

※レベルA…経営に甚大な影響があり、緊急に対応方針を明確化すべきもの

※レベルB…経営に相応の影響があり、対応方針に十分な配慮が必要なもの

※レベルC…経営への影響は軽微であり、現場の対応で足りるもの

「内部情報」の対応完了手続き(レベルA、レベルBの場合)

「内部情報」発生部署の主管者(部長)は、対応と再発防止策が実施完了となった時点で、CCOにその報告を行います。再発防止策は、CCOによってその妥当性が検証されます。
また、主管者の上司である部門長は、実施完了となった対応と再発防止策を四半期ごとにとりまとめ、定例コンプライアンス委員会でレビューを行います。
CCOはそれらについて半期ごとに取締役会に報告します。

お客さまの信頼に応えるために

お客さまに付加価値の高い製品、サービスをお届けするのはもちろんのこと、何よりも、それを通して「安心・安全」「満足」「信頼」を感じていただくことを目指しています。

急伸するスマートフォンへの対応

2010年の秋以降、スマートフォン（高機能携帯電話）の販売が急ピッチで増加しています。一方で使い方に関するお客さまの問合せも増えているため、当社では社内のさまざまな部門からスペシャリストを集めてスマートフォンだけに特化した対策チームをつくり、運用を始めています。

ヘルプデスク

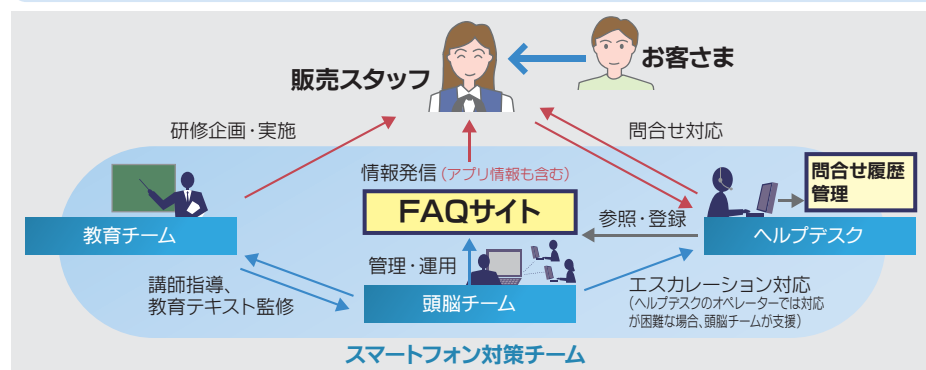
大手カメラ/家電量販店の販売員、およびキャリア認定ショップのスタッフからの電話に「年中無休」で対応します。「今すぐ答えを聞きたい」という問合せに、お客さまをお待たせしないよう、できる限り速やかな回答を心がけています。
頻繁に寄せられる質問や重要と思われる質問は、「教育チーム」に伝えて研修に活かします。同様に「頭脳チーム」にも伝達し、データベースに蓄積することで、パソコンや携帯電話でいつでも取り出せるようにしています。

教育チーム

大手カメラ/家電量販店の販売員とキャリア認定ショップのスタッフ向けに研修を行い、豊富な知識を身に付けることで、現場でのスムーズな対応に役立ててもらいます。

頭脳チーム

社内向けの「スマートフォン情報サイト」を立ち上げ、日進月歩のスマートフォンについて情報発信しています。

スマートフォン対策チーム

キャリア認定ショップのスタッフ研修

キャリア認定ショップは、一般のお客さまの目にはキャリア自身が運営しているように見えますが、実際は当社のような代理店が運営しています。そのため、同じキャリアの認定ショップであっても、それを運営する代理店によって、スタッフのお客さま応対品質に違いが生じます。
当社はお客さまに何度でも気軽にショップに来ていただくことを目指し、お客さま満足度の向上に取り組んできました。その方策の一つが、ショップサポート部による全国のキャリア認定ショップ・スタッフのためのさまざまな研修です。スタッフはこれによって接客の基本からお客さまにご満足いただける高度な知識・心構えまでが身に付き、ライフラインの一つである携帯電話サービスの一翼を担っているという誇りと使命感をもって業務に取り組むことができます。

新人研修の様子

キャリア認定ショップ・スタッフへの研修

研修の種類	内容
新人研修	新人を対象に毎月2回実施
キャリア認定資格研修	実技のロールプレイングに特に注力して実施
フロアマネージャー研修	受付・案内責任者を育成
フロントスタッフ研修	販売のスペシャリストを育成
CSマナー研修	接客応対のマナーを教育
コンサルティング研修	お客さまのニーズに応じた端末、サービスの提案を教育

人財の育成と活用

「個の価値、会社の価値を高め社会に貢献する」という企業理念のもと、高いレベルの「人財」づくりを目指した育成プログラムを推進しています。

※人は「財(タカラ)」であるとの考えから、当社では「人材」ではなく「人財」と表記しています。

人財育成の基本的考え方

当社の企業理念は「人間尊重の経営を標榜し、個の価値、会社の価値を高め社会に貢献する」というものです。この企業理念を実現するための基本姿勢として、従業員一人ひとりに「主体的に、フェアに、誠実に」行動することを求めています。当社では、この「基本姿勢」とコンプライアンス（法令遵守だけでなく、企業倫理や社内規程遵守も含む）の意識を土台に、従業員が実務能力と人間力を、ともに高いレベルで身に付けていけるように人財育成のプログラムを組んでいます。

実務能力とは、仕事を進めて行く上での専門的技術や技能を表します。また、人間力とはコミュニケーション力やリーダーシップ、さらには物の考え方や仕事をする目的意識、人生に対する価値意識など、人間としての幅広い能力を意味します。当社では、従業員一人ひとりがこの二つの力を伸ばしていくことが「個の価値」を高めることになり、それはまた、その人のエンプロアビリティ（Employability：雇用され得る能力）を高めることにもなると考えています。

研修体系図に示す通り、従業員には「Value研修」と「コンプライアンス研修」を全員必修で受講してもらいます。Value研修とは、理念の浸透を目指すもので、会社の理念が表す意味を自分の言葉で理解して、自己成長のための理念行動を宣言してもらうという研修です。またコンプライアンス研修（基本編）では、当社のビジネスに関連する法務知識の習得を目指します。

さらに、階層別教育として、キャリアアップのための教育プログラムと昇格後の研修を実施しており、これら全体で、幅広い従業員に教育の機会が提供できるよう取り組んでいます。

研修体系図

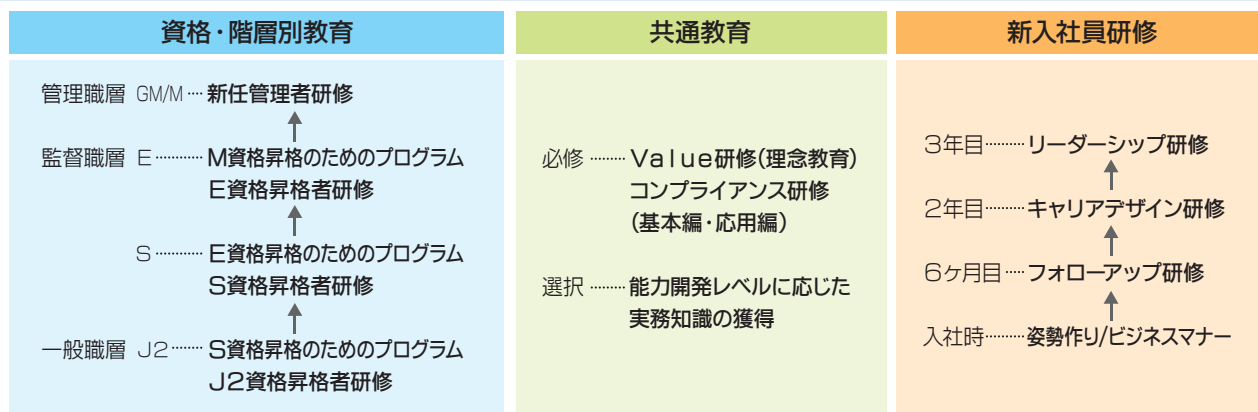
資格・階層別教育

- 管理職層 GM/M …… 新任管理者研修
- ↑
- 監督職層 E …… M資格昇格のためのプログラム／E資格昇格者研修
- ↑
- S …… E資格昇格のためのプログラム／S資格昇格者研修
- ↑
- 一般職層 J2 …… S資格昇格のためのプログラム／J2資格昇格者研修

共通教育

- 必修 …… Value研修（理念教育）／コンプライアンス研修（基本編・応用編）
- 選択 …… 能力開発レベルに応じた実務知識の獲得

新入社員研修

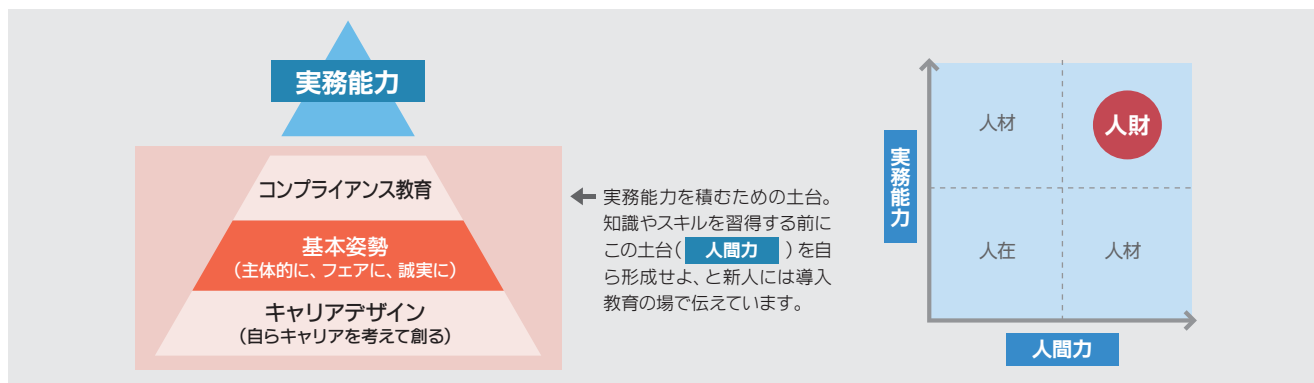
- 3年目 …… リーダーシップ研修
- ↑
- 2年目 …… キャリアデザイン研修
- ↑
- 6ヶ月目 …… フォローアップ研修
- ↑
- 入社時 …… 姿勢作り／ビジネスマナー

※J1については右表の新入社員研修に基づき研修します。

人財育成の方向性

実務能力

- コンプライアンス教育
- 基本姿勢（主体的に、フェアに、誠実に）
- キャリアデザイン（自らキャリアを考えて創る）

← 実務能力を積むための土台。知識やスキルを習得する前にこの土台（人間力）を自ら形成せよ、と新人には導入教育の場で伝えています。

実務能力＼人間力	低	高
高	人材	人財
低	人在	人材

働きがいのある職場づくり

「ES(従業員の満足)なくしてCS(お客さまの満足)なし」という考えに基づき、社員が高いモチベーションを持って働ける職場づくりに力を入れています。

従業員満足度調査

2010年7月に正社員およびパートナー社員2,019人を対象に、従業員満足度調査を行い1,855人(91.8%)から回答を得ました。回答の一部を抜粋し、2008年度の前回調査の結果と比較したのが右の表です。
これによると、総合満足度は前回調査に比べ向上しました。仕事の充実度や職場の満足度も、前回調査を上回りました。
また、「負担感」は他社平均より総じて高めでした。そこで、この負担感を軽減するため、メンタルヘルスチェックの結果を本人にフィードバックして自分自身の現状を知ってもらうとともに、ストレスが高い状態にあると判断された従業員89人には、産業医面談(P.18参照)を実施して心の健康状態が改善できるよう対策を講じました。
また、「会社の将来性」は前回調査より向上し、高い水準にあることがわかりました。

「従業員満足度調査」の結果

		2008年度	2010年度	他社(27万人)の平均
満足度	総合満足度	3.66	3.74	3.61
	仕事の充実度	3.76	3.85	3.72
	職場への満足度	3.90	3.92	3.77
負担感	仕事の質の負担感	2.71	2.82	2.75
	人間関係の負担感	2.85	2.87	2.65
会社の将来性	市場での発展	3.55	3.71	3.36
	従業員にとっての魅力	3.21	3.46	3.00

※表の見方…表内のポイントは、有効回答者の平均点を1から5の範囲で表したものです。「満足度」と「会社の将来性」はポイントが高い方が良く、また、「負担感」はポイント高いほど問題があることになります。

育児休業・育児支援制度

2010年度に出産した女性従業員は28人で、そのうち23人が育児休業を取得しました。取得率は82.1%となり、厚生労働省統計の85.6%を下回ります。しかし、そのうち5人は年度末に出産したため、2011年度に入ってから育児休業を取得しました。このことから、実質的には100%の取得率であったと見なすことができます。
当社では育児休業を取得した女性従業員のために、復職後の短時間勤務制度を導入しています。この制度の利用者は、2008年度から2010年度まで、19人、38人、51人と年々着実に増えており、育児と仕事の両立を図る女性従業員が増えていることが分かります。
また、男性従業員では、5日間の育児休業制度の利用者は、2010年度は32人と前年の3倍強に増えました。これについては、5日間の育児休業を取得した男性従業員に対し、「紙オムツプレゼント」の景品付きで社内イントラネット掲示板への体験レポート掲載を呼びかけ、それが実現したことによる効果が現れたものと思われます(P.18のVOICE参照)。

育児休業制度等の利用者

	2008年度	2009年度	2010年度
育児休業(女性)	26人	26人	23人
育児のための短時間勤務(女性)	19人	38人	51人
男性の育児休業(5日間)	8人	10人	32人

時間外労働時間、有給休暇取得率

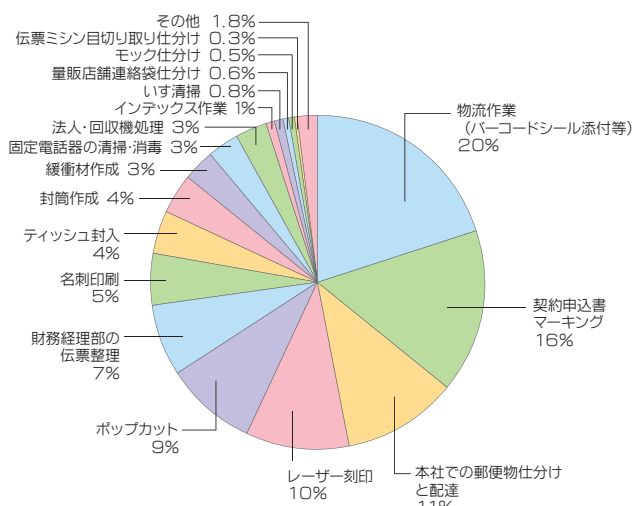
法定労働時間に対する時間外労働時間は、全社平均で、2010年度は25時間12分となり、前年度の23時間48分より増えました。4月の時間外労働が特に多かったことが平均値を上げましたが、これは、例年よりも多かった人事異動対象者が業務引継ぎのため多残業をしたことによるものと分析しています。
一方で、有給休暇取得率は全社平均で65.1%と高く、全国の民間企業の2010年度平均取得率47.1%をかなり上回りました。2010年度から「2時間休」と「アニバーサリー休暇」制度を採り入れ、その利用者が増えたことが改善要因と分析しています。少人数の拠点では、2009年度は有給休暇が取りたくても取れないところや、取得率が低いところが合わせて20拠点ありましたが、2010年度は全拠点で改善されました。

産業医との面談制度

産業医に従業員が直接相談できる面談制度を導入しています。2010年度は、メンタルヘルスチェック後の面談を89人が受けました。
さらに、会社からの指示（例えば健康診断結果が悪かった、残業が多すぎる、本人から診断書が出てきた、復職をする、本人の所属部署からの依頼等の理由）によって面談を受けた従業員は239人、また従業員からの一般健康相談は104人、合計で343人となり、2009年度の346人とほぼ同数でした。
このほか、外部の従業員支援プログラムサービス会社との提携により、フリーダイヤルで健康、介護、メンタルヘルスについて相談できる制度も引き続き導入し、従業員が心身の健康について、いつでも直ぐに相談できる環境づくりを進めています。

障がい者雇用の推進

障がい者の雇用促進と定着率向上のため、当社は2007年6月に（株）ITCNアシストを設立し、独自の就業規則の制定をはじめ障がい者が働きやすい就業環境整備を進めました。その結果、同年10月には業界初の特例子会社の認定を受けることができました。
以来、当社は障がい者の採用に積極的に取り組んできました。その結果、2010年4月には障がい者雇用率が法定雇用率の1.8%を上回りました。2011年3月末の時点では、雇用率は2.15%となり、（株）ITCNアシストと当社を合わせ54名を雇用しています。
（株）ITCNアシストにおける障がい者の業務内容は右のグラフに示す通り多岐にわたります。新しく生まれた作業としては、本社での郵便物仕分けと配達があり、毎日、本社に届く郵便と宅急便を宛先部署ごとに分け、午前と午後の2回届けています。

（株）ITCNアシストの業務内容

※グラフは業務時間ベースの比率です（2011年2月分）

VOICE 育児休業を取得して

経営企画部　富山正啓

上司と相談し、比較的業務量の少ない1月に育児休業を取得しました。期間は、年末年始の公休と絡めて5日間でした。ほかの取得者は、家庭の事情や業務の関係で7月と11月に取られる例がやや多いようです。また、そのうち7割の方がフルの5日間を取得されていました。
私は以前、長男が生後5ヶ月の時にも取得しており、今回は2度目で、長男が2歳2ヶ月、次男は3ヶ月になっていました。
取得前は、前回の経験から乳児の扱いに多少自信があったのですが、約2年ぶりにやってみると、お風呂の入れ方、ミルクの作り方、オムツの換え方、抱っこの仕方など、右から左に抜けていた（??）ので、びっくり!!　また、乳児と幼児の面倒を一緒にみるのは本当にしんどかった…。でも、慣れてくると「こんなもんかな」と気持ちに余裕が生まれ、何が起きても一つずつ対応する肝が据わり始め、面倒をみることができました(慣れってすごい!!)。
育児休業を取られた方々が他の従業員にも取得を勧められる理由としては、「育児と家事の大変さを実感できる」、「子供との距離が縮まる」ということが大きいのではないでしょうか。これにより、夫は妻を気遣って協力し、また子供とも良い関係が生まれます。妻は「一人で育児を行うことによる孤独感や不安感、ストレス」が軽減され、表情も明るくなり、夫への対応が柔らかくなるのではないでしょうか。
育児休業を取ると子供がパパっ子になりますよ。そうならなくても、子供と父親の距離はグググッと近づきます。普段、仕事が忙しくて、帰宅したときには子供の寝顔しか見ることができないという「パパさん」にこそ、取って欲しいと切に思います。

（社内イントラネット掲示板に掲載された文章より編集）

環境活動・社会貢献活動

**アイ・ティー・シーネットワークには、拠点拠点で、
従業員それぞれが自主的に考え、実践している多彩な環境活動、
社会貢献活動があります。**

2010年度は「53拠点・89件」の活動を展開

当社は「ITCN企業行動基準」において、全従業員が自主的・積極的に環境問題や社会貢献に取り組むよう謳っています。従業員はこの行動基準に基づき、それぞれの拠点（ショップ・部署・グループ等）ごとに自分たちでできることを考えて、地域に密着した取り組みを行っています。こうした活動は、毎年、各拠点から本社の環境委員会に報告され、その中から特に優れた取り組みに対して新年会で表彰しています。
2010年度は、53拠点で89案件の環境保全活動と社会貢献活動が報告されました。この中から、1月28日に開催した新年会の席上で、最優秀賞1件、新人賞3件、功労賞2件、地域密着賞2件、企画賞2件、特別賞1件を表彰し、従業員の活動をねぎらいました。今後も従業員一人ひとりが引き続き積極的に取り組んでいけるように、会社としても支援していこうと考えています。

最優秀賞　車いすのクリーニングボランティア
（機能部門各部、ITCNアシスト、法人営業統括部）

NPO法人「希望の車いす」では、日本で使われなくなった車いすを集め、これに清掃と整備を施してアジア諸国の貧困地域の障がい者の方々へ贈る活動を行っています。これに賛同した当社および当社特例子会社（株）ITCNアシストの有志従業員たちが、2009年11月より、車いすのクリーニング作業にボランティアとして参加しています。当初は人事総務部とITCNアシストの取り組みとして始めましたが、その後、財務経理部、情報システム部、経営企画部、法人営業統轄部にも広がり、月一回の作業には当社から毎回10数名が出向くようになりました。
作業は約4時間をかけて、車いすのすべてのパーツを分解し、洗浄、磨き、修理などを施し、新品同様ピカピカに仕上げます。こうして甦った車いすは、日本人と体形が似ているアジア諸国で必要とされる方々に贈られます。最近では、2010年9月にタイへ110台、2011年4月にカンボジアへ120台を寄贈しました。
車いすの現地への輸送は、海外旅行者のご厚意により個人手荷物として飛行機で運んでいます。上記2カ国の様に大量輸送の場合は、コンテナに積み船で輸送しますが輸送費用は当社と当社親会社の伊藤忠商事が負担し、通関業務や船会社との交渉は伊藤忠ロジスティクスが担当し、伊藤忠グループとして支援しています。

新人賞　「ピンクリボンスマイルウォーク」ボランティア
（代理店営業部業務サポート課）

乳がんの正しい知識を広め、検診の早期受診を促進する「ピンクリボンフェスティバル」。その一環として、2010年10月2日に東京でウォーキング大会「ピンクリボンスマイルウォーク」が開催され、会場の東京ミッドタウンに6,200名の参加者が集いました。街を歩き、ピンクリボンのメッセージを伝えようというこのイベントに、当社代理店営業部業務サポート課の5名がボランティアとして参加しました。5名はウォークの11キロコースの参加者に給水所（丸ビル）で水を配り、リボンにメッセージを書いてオリーブの木に結び付けてもらうよう誘導を行いました。女性社員の多い同課にふさわしい、女性らしい取り組みとなりました。

新人賞

電動車いすサッカーの支援等6案件の活動開始
（法人営業統括部）

電動車椅子サッカーは、ワールドカップも開催される国際的な障がい者スポーツの一つです。当社法人営業統括部の有志6名は、地域貢献活動の取り組みの一環として2010年9月、東京都障害者総合スポーツセンターで行われた電動車いすサッカーチームの練習に参加し、球拾い、三角コーンの設置、後片づけ、ナイスプレーへの拍手などの活動を行いました。
2010年度、同部では、このほか東京朝市でのテント設営、三浦海岸の清掃、書き損じハガキのカウント作業など6件の地域貢献活動に取り組みました。その結果、部員全員がいずれか一つの活動に参加できたことで、部としてのまとまりの感じられる取り組みとなりました。

新人賞

小学生向け職業体験
（auショップ新百合山手店）

当社では首都圏のキャリア認定ショップを中心に、地域の小学生にショップスタッフの仕事体験を通じて、働くことの楽しさや、やりがいを感じてもらう「キッズ職業体験」を開催しています。
2010年12月、auショップ新百合山手店では、当社auショップとしては初めてのキッズ職業体験を実施しました。当日は小学生10名が参加して、お客さまのお出迎え、チラシ作り、店内の飾りつけなどを約2時間にわたって行いました。「地域密着型ショップ」を目指す同店が行った今回の取り組みに、参加した子どもたちは、「すごく楽しかった。またやってね」「もっとお客さんが来るといいね」という言葉で応えてくれました。

功労賞

「さっぽろ雪まつり」ボランティアを含め4件の優良活動
（北海道支社、ショップ営業第一部一課と法人営業第二部広域営業一課の有志）

2010年度、北海道支社では4件の環境保全・地域貢献活動に取り組みました。その一つが「さっぽろ雪まつり市民雪像抽選会補助ボランティア」です。今回で3年連続の参加となり、12月10日に、雪像の一般出品者を決める公開抽選会の会場設営、来場者整理、受付、抽選の記録・誘導・資料渡し等の補助業務を行いました。

このほかの3件は、「北海道余市町浜中モイレ海水浴場の海岸清掃」（7月）、「札幌繁華街（大通り〜すすきの）の清掃プロジェクトへの参加」（10月）、「つくしの会（障がいを持つ人たちが通う作業所）への綿100%衣料品の寄贈」（2011年2月）でした。綿100%衣料品は、障がい者福祉サービス事業所で障がい者の方たちがウエス（油汚れを拭き取るための布）を作る際の材料となるもので、従業員の家庭で不要になった衣料を2008年度より毎年お届けしています。

功労賞

墨田区環境改善功労賞受賞の清掃活動を含め全16件の精力的活動
（営業サポート部）

当社営業サポート部では、管轄する東京・墨田区菊川の「開通・物流センター」において毎年十数件の環境・地域貢献活動を行ってきました。そのうち2007年に始めたビル周辺清掃（毎月第3水曜）は、今では同じビル内の他社も巻き込む活動となりました。2010年11月にはその功績が認められ、墨田区山崎区長より美化・リサイクル推進部門の「墨田区環境改善功労賞」を授与されました。2010年度に新しく始めた活動としては、10月16日の世界食糧デーを記念して行われた「TABLE FOR TOW 100万人いただきますキャンペーン」への参加（11月）があります。「TABLE FOR TOW」とは、カロリーを抑えた食事を摂ることで途上国の飢餓と先進国の肥満・生活習慣病を同時に解消しようという取り組みですが、社員食堂のない菊川「開通・物流センター」では、その飲み物バージョンとして、センター内の飲料自販機を使った「CUP FOR TWO」を2009年より進めてきました。今回の「100万人いただきますキャンペーン」では、自販機の対象商品（低カロリーの飲み物）を増やすなどした結果、前月より670食分多い、3,514食分の給食をアフリカの子どもたちに寄付できました。このほか、2010年度の新しい動きとしては、2007年度より近隣の皆さまにも呼びかけて行ってきた献血活動の延長として骨髄バンクのドナー登録会も併せて行いました。また、12月には有志5名が高尾山の清掃登山を行いました。

地域密着賞

町内会主催・子ども職業体験（ドコモショップ高尾店）

ドコモショップ高尾店は、2010年11月、地元町内会主催の「子ども職業体験」に参加しました。当日は地域の商店街、近隣の児童館の皆さんと協力して「わんぱくシティー」という仮想都市空間を立ち上げ、子どもたちはまずこの仮想都市のハローワークで職業を斡旋されて、それぞれのお店へ向かいました。ドコモショップ高尾店を訪れた子どもたちは、ユニフォームに着替え、接客、モック拭き、POP作成などを体験。お客さまや保護者の方々がその姿を見守り、お店は優しい雰囲気に包まれました。職業体験を終えた子どもたちは、アルバイト代として町内会で使える商品券をもらいました。

企画賞

不要な本等で途上国を教育支援（Read to Grow部）

社内の読書クラブ「Read to Grow部」では、途上国の子どもたちの教育を支援するため、社員に呼びかけて不要になった本やゲームソフト等を回収しました。そして、「ボランティア宅配便」という仕組みを使い、ネパールの子どもたちに寄付を贈りました。このプログラムは、読み終わった書籍等を「ブックオフ」が買い取り、その代金にブックオフが10%上乗せして、NGO団体「ルーム・トゥ・リード」を通じて寄付できるというものです。今回は、書籍427冊、CD37枚、ゲームソフト3本が集まり、合計6,712円が現地で図書室を作る費用の一部として活用されました。

地域密着賞

恵比寿ガーデンプレイス近隣での継続的な清掃活動（財務経理部有志）

2010年8月より、月2回、当社財務経理部の有志社員が昼食休憩時間のうちの20～30分を使い、本社オフィスのある恵比寿ガーデンプレイス周辺の歩道や車道を清掃しています。開始した当初は3名で行っていましたが、徐々に参加する社員が増え、それに伴い清掃範囲も拡大していきました。短時間ながら、1回の清掃で、タバコの吸い殻や空き缶などがゴミ袋で大体5袋くらい集まります。同部では、会社表彰された「地域密着賞」の名に恥じないよう、今後は町内会・地域主体のイベントにも積極的に参加していこうと考えています。

企画賞

お客さまの待ち時間を利用した折鶴寄贈活動（営業第二部門）

営業第二部門では、54店舗で、お客さまに待ち時間に折り鶴を折っていただき、それを千羽鶴にして病院や福祉施設に寄贈しています。待ち時間のご負担を少しでも軽減していただけるよう始めました。

ドコモショップ川口店が地元の総合病院に寄贈したところ丁寧なお礼状をいただいたり、ドコモショップ長岡店とリバーサイド千秋店が共同で高齢者福祉施設に寄贈した様子が地元新聞に取り上げられるなど、大きな反響がありました。店内にこれらの活動状況を掲示して、お客さまにお知らせしています。

特別賞

骨髄移植を体験（ドコモショップ月寒店　松田明子店長）

ドコモショップ月寒店では、2009年より店頭に「臓器移植意思表示カード」を設置して、お客さまに自由にお持ち帰りいただく活動を行っています。これをきっかけに臓器移植に興味を持った同店の松田明子店長は、同年10月、自ら骨髄バンクに登録してドナーとなりました。そして、9カ月後の2010年7月、適合する患者さんが見つかったことから、4日間入院して移植手術を受けました。

その後、同店長はこの体験をレポートにまとめて社内報に掲載し、骨髄移植の正しい理解とドナー登録を社員に呼びかけました。

VOICE

手術前は不安もありましたが、健康であることの幸せを実感できたなど、得たものが大きかったですね。周囲の人々から「えらいね」「他人のために入院するなんて」などお褒めの言葉をたくさんいただいたものの、私としては電車でお年寄りに席を譲ることとあまり変わらない、ほんの少しの親切だと思っています。

4日間の入院中に滞りなく店舗を運営してくれたスタッフ、休暇に理解を示してくださった上司など、サポートしてくれた皆さまと会社に感謝しています。今後、社内でドナー登録される方が増え、ドナー休暇などの制度ができることにも期待しています。（松田明子）

地元・町内会長さんのご厚意で、帰宅困難従業員が町内会館に宿泊

（菊川開通・物流センター）

東日本大震災の日、東京ではほとんどの鉄道が終日運休となりました。このため、菊川の開通・物流センターでは、約50名の従業員が自宅に帰ることができなくなりました。同センターには十分な寝具も無く、周辺のホテルも満室の状態でした。同センターの責任者が思い悩んでいると、地元の町内会長さんの顔が思い浮かびました。地域の町内会に加入して、月1回の定期会合で毎回顔を合わせているほか、日頃から何かと懇意にさせていただいていたからです。直ちに電話を掛け、女性と障がいを持つ従業員の20名だけでも、町内会館の畳のある大広間に泊めていただけないかとお願いしたところ、快く引き受けていただきました。おかげさまで、その夜20名は座布団を布団代わりに、毛布と暖房のある畳敷きの大広間で安心して休むことができました。

菊川の開通・物流センターでは、日頃からビル周りの清掃や生ごみ削減活動、エコキャップの回収、廃トナーカートリッジ寄付等のリサイクル推進などの取り組みを進めてきました。それを知っていた町内会長さんの推薦があり、2010年11月、同センターは墨田区長から「美化・リサイクル推進部門」の団体表彰を受けました。また、3年前には、同センターは今回泊めていただいた町内会館で地元のお年寄りの方々を対象に「携帯電話使い方教室」を開催しました。こうした活動を地元にご理解いただけたことが、今回のことにつながったのだと考えています。

震災の日、当社の帰宅困難者が町内会館に泊めていただいたことについて、5月12日、NHKより「帰宅困難者と地元のつながり」というテーマでテレビ放送されました。

今回は地域の皆さまに助けていただき、心より感謝しています。これからも地域の皆さまとコミュニケーションを深め、地域に根ざした取り組みで地元に貢献していきたいと考えています。

町内会館大広間での携帯電話使い方教室の様子

朝2時まで、緊急の充電サービスをお客さまにご提供

（ドコモショップ羽田空港店）

震災当日、羽田空港は電車とバスが運休となり、陸の孤島と化しました。同空港には当社直営の「ドコモショップ羽田空港店」があり、同店には17時頃から「携帯電話の充電をしたい」「電池が欲しい」「ACアダプターが欲しい」といったお客さまが続々とお見えになっていました。そのため同店では、通常なら19時に閉店するところ、ひとまず1時間延長し、6名のスタッフで対応に当たりました。

この夜は、とりわけ充電サービスを希望されるお客さまが多く、店内に5台ある充電器に殺到されたため、「お一人さま5分の充電時間」とルールを定め、できるだけ多くの方にご利用いただくようにしました。しかし、20時を回っても充電希望のお客さまの列が途切れないことから、いったん、当日の締め作業のため30分間だけ閉店させていただき、22時より再び開店しました。こうして営業を再開し、24時に閉店しましたが、その後も充電を求めるお客さまが少ないながらおられたことから、2名のスタッフが残り、翌朝2時まで店外で充電対応を行いました。さらに、それ以降に来られるお客さまのために、自由にお使いいただける補助充電器を店外に置いて、「皆さまでご協力頂き順番に充電をお願い致します」という貼り紙を残して業務を終了しました。

お客さまがお困りの時に支援の手を差し伸べることは社会の一員として当然ではありますが、現場の判断でこうした対応ができたことは、当社の企業理念実現のための「主体的に」「フェアに」「誠実に」という基本姿勢が従業員に十分浸透していることの証であると考えています。ただし、当初「20時閉店」をアナウンスしてしまったために、充電を諦めて立ち去られたお客さまもおられたことから、今後の反省として、状況判断をより迅速に下して、すべてのお客さまにご満足いただけるよう努めていきたいと思っています。

ペットボトルキャップの回収

2007年12月に始めたペットボトルキャップの回収活動は年々広がりを見せ、2010年度は実施拠点が前年度より9つ増えて141となり、ますます全社的な取り組みとなってきました。従業員が各自の家庭から持ち寄るだけでなく、店頭に専用ボックスを置いてお客さまの出勤時や飲料購入時に入れていただいたり、地元小学校のPTAに協力をお願いするなど、各拠点で工夫して回収増に努めています。その結果、2010年度は4,981,157個を回収できました。6,226人分のポリオワクチンの供給に繋がり、CO_2の排出削減効果は39.2トンになりました。

認定NPO法人「世界の子どもにワクチンを日本委員会（JCV）」に寄付

使用済み携帯電話を1台回収するごとに、子ども1人分のポリオワクチン代20円を寄付する活動を2008年度より継続して行っています。2010年度は、ISO14001を取得した当社のキャリア認定ショップ70店舗と、法人営業のビジネスセンター4カ所で回収した携帯電話を対象に、136,381人分のワクチン代（2,727,620円）を認定NPO法人「世界の子どもにワクチンを日本委員会（JCV）」に寄付しました。

写真提供 JCV（禁無断転載）

熱帯林再生と生態系保全活動の支援

当社親会社の伊藤忠商事が2008年より行っている創業150周年記念社会貢献プログラム「ボルネオ島の熱帯林再生及び生態系保全活動への支援」に賛同し、2009年より毎年WWF（世界自然保護基金）に100万円の寄付を行っており、2011年も同額を寄付しました。

このプログラムは、森林伐採や焼畑で劣化したボルネオ島の熱帯林を植林によって再生させ、生態系を保全することを目指してWWFが行っているもの。同島には絶滅危惧種のオランウータンが生息していることから、「蘇れ　オランウータンの森」を合言葉に伊藤忠グループ全体で支援活動が進められています。

WWFでは、マレーシア国・サバ州・北ウルセガマ地区の森林2,400haの再生を計画。そのうち967haの森林再生を伊藤忠グループが支援します。

国連WFP協会の支援

WFP（国連世界食糧計画）と国連WFP協会が共催するチャリティ・イベント「ウォーク・ザ・ワールド」に毎年当社の有志従業員が参加を続けていましたが、東日本大震災の影響で横浜の会場が液状化現象を起こしたため、2011年は残念ながら中止となりました。

イベントは中止になりましたが、当社では毎年国連WFP協会の活動を支えるために年間10万円の寄付を行っており、2011年も同額を寄贈しました。

東大気候研への寄付

地球温暖化問題の基礎研究に対する支援として、当社では2007年より毎年10万円の寄付を行ってきました。2011年も東京大学大気海洋研究所気候システム研究系に10万円の支援を行いました。

エコ印刷優秀賞を受賞

当社「CSR報告書2010」が、2011年5月、エコ印刷研究会主催の「第4回エコ印刷大賞」で優秀賞を受賞しました。製作に伴うCO_2排出量の相殺（カーボン・オフセット）により地球温暖化防止に貢献し、用紙とインクも環境に十分配慮している点が評価されました。環境保全に対する小さな実績ですが、これからも地球環境への優しい気持ちを大切に取り組んでいきます。

表彰状を受け取る渡辺専務

環境への取り組み

当社は事業活動を推進して行くにあたり、省電力を大きな環境課題と定めているほか、省資源の観点から携帯電話の回収にも力を入れて取り組んでいます。

環境方針

当社は、環境に取り組む上での指針として、2004年10月に「アイ・ティー・シーネットワーク環境方針」を定めました。2007年11月にはこれを改定し、その「基本方針」の中で、本業の携帯端末の卸売・販売の推進に当たり、自然生態系、地域環境、地球環境の保全に努めることを明確にしました。従業員は全員、「企業理念」、「企業行動基準」と共に、この「環境方針」を記載したカードを社員証ケースに入れて常時携帯し、いつでも確認できるようにしています。

●「アイ・ティー・シーネットワーク環境方針」の詳細は、当社ホームページでご紹介しています
http://www.itcnetwork.co.jp/corporate/enviornment

改正省エネ法への取り組み

2010年度は、改正省エネ法に対応すべき最初の年度でした。そこで、当社では、ISO14001を取得している本社、キャリア認定ショップ70ヶ所、法人営業ビジネスセンター4ヵ所、支社8ヶ所および開通・物流センターを核として、さまざまな対策を実施しました。そして、全社全拠点で電気使用量の削減に努めた結果、目標を達成することができました。
2011年度は、東日本大震災に伴う厳しい電気使用量削減が求められることから、夏場だけでなく、それ以外の月も削減を推進します。全社として改正省エネ法の目標達成にも努めていきます。

環境目標と実績

	2010年度目標	2010年度実績	2011年度目標
電力使用量	ISO14001の認証取得拠点は6,086,441kWh、2006年度換算値比で本社は△5%、その他は△4%で策定。 ISO14001の認証を取得していない拠点も含め、全社で2009年度比△1%以上の削減。	ISO14001の認証取得拠点は5,910,237kWhで、目標に対し96.3%で達成。 ISO14001の認証を取得していない拠点も含め、全社で2009年度比△3.2%の削減で達成。	東京電力、東北電力管内の拠点では、政府要請の夏場の15%削減に対し20%の削減を目指す。 ISO14001の認証取得拠点を核として全社で、改正省エネ法対応で2009年度比△2%以上の削減を目指す。
携帯電話の回収	●ショップ営業部門 販売実績の31%で64,543台。 ●法人営業部門 機種変更契約目標数の100%で16,678台。 ●営業第四部門 auは販売実績の31%、ソフトバンクは同20%で16,645台。	●ショップ営業部門 86,253台で達成。 ●法人営業部門 23,330台で達成。 ●営業第四部門 26,798台で達成。	●ショップ営業部門 販売実績の32%。 ●法人営業部門 機種変更契約目標数の100%。 ●営業第四部門 auは販売実績の32%、ソフトバンクは同25%。
	合計…97,866台	合計…136,381台（139.4%）	

電力使用量の削減

2010年度は、本社およびその他の拠点において、廊下や通路上の蛍光灯の間引き、ノー残業デーの実施、昼休みの消灯、クールビズ、ブラインド利用による空調負荷の削減、長時間離席時のパソコンディスプレイの電源オフ、残業時のエリア別消灯の徹底、待機電力削減のための退社時のコンセント抜き等、電力使用量削減に向けたきめ細かい取り組みを進めました。そして、ISO14001の認証取得拠点では、6,086,441kWhの目標に対し5,910,237kWhという96.3%の実績値となり、目標を達成しました。また、改正省エネ法に対応しての全社での目標△1%も、△3.2%の削減となり、達成しました。

2011年度の夏季は、東日本大震災に伴う電気使用量削減に向け、政府要請の15%に対し自主的に20%削減を決め、東京/東北電力管内では1ヶ月早くクールビズを導入するなど智恵を絞り、電気使用量の削減を進めます。また、年間を通じてできる限り節電に努めていきます。

使用済み携帯電話の回収促進

希少金属回収のため、当社では、これまでキャリア認定ショップを管轄する営業第二部門と、法人営業の営業第三部門が主体となって携帯電話の回収を進めてきました。2010年度は、キャリア認定ショップを管轄する営業第四部門も回収主体に加え、回収目標数も引き上げて取り組みました。その結果、前年比139.4%という実績となり、目標を達成しました。

2011年度もさらに回収台数を増やし、携帯電話に使われている希少金属の回収に努めていきます。

COLUMN

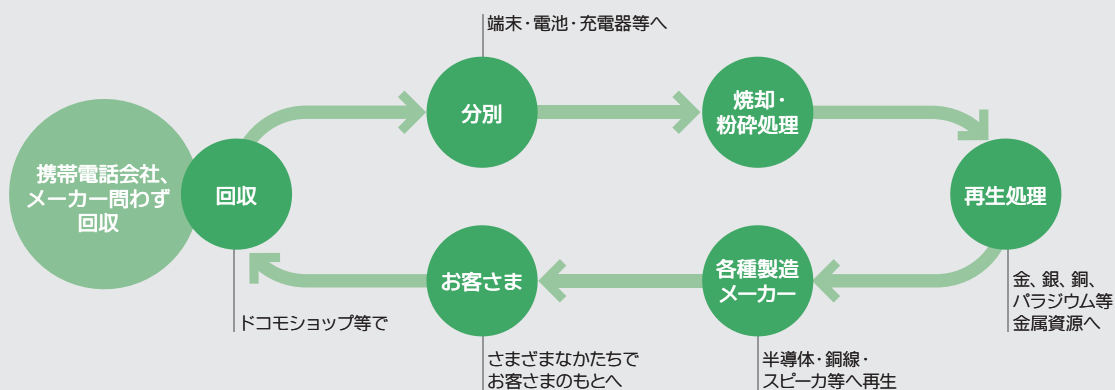
都市鉱山の活用

携帯電話には金、銀、銅、パラジウム、ガリウム、インジウム等、多くの有用金属や希少金属（レアメタル）が使われています。現在、日本全体で1億台以上の携帯電話が普及していますが、回収した携帯電話からは、金だけをみても1万台あたり約300gが採取できると言われます。当社では全国のキャリア認定ショップを通して使用済み携帯電話、電池、充電器を回収しており、これらは100%再資源化されています。しかし、日本全体で見ると、携帯電話回収台数は年々減少しています。その理由として、お客さまが、回収された携帯電話から個人情報が漏れるのを不安視されていることが挙げられます。そこで当社では、各ショップにおいて、お客さまから回収した携帯電話を目の前で破砕したり、携帯電話内のデータをお客さまご自身でCD-ROM等にバックアップ保存していただけるサービスを行ったりして、不安の解消に努めています。

有用金属や希少金属が使われた携帯電話や、多くの電子機器が普及した日本は、巨大な「都市鉱山」といわれます。貴重な資源を廃棄せず有効に活用することは環境保全、社会貢献にもつながります。その認識のもと、当社では引き続き使用済み携帯電話の回収を積極的に推進していきます。

キャリア認定ショップに掲示している
携帯電話の回収促進ポスター

リサイクルの流れ

第三者意見

大久保 和孝（公認会計士・公認不正検査士）

慶應義塾大学卒業。新日本有限責任監査法人 CSR推進部長、コンプライアンス推進室副室長、アジア市場上場支援室副室長。株式会社新日本サステナビリティ研究所 常務取締役。公共サービス改革分科会委員(内閣府)、社会的責任経営委員会副委員長(経済同友会)、社会的責任研究会・国内排出量取引制度検討会（環境省）、建設業における内部統制のあり方に関する研究会（国土交通省）、京都クレジット等取引所研究会（東京証券取引所）などの委員も歴任。その他、慶應義塾大学福澤文明塾アドバイザー、複数の企業のコンプライアンス対策メンバーなども務める。主な著書に、「倫理法令遵守マネジメント・システム」（麗澤大学出版会）、「CSR入門・CSR経営入門」（第一法規）など。

日本経済は低成長時代に入って久しいが、その間に過去の高成長時代の価値観は大きく様変わりした。企業を取り巻くステークホルダーからの期待や要請も大きく変化している。そうした環境下で企業が持続的に成長していくためには、企業理念を軸としたCSR活動を積極的に推進し、社会からのニーズに的確かつ柔軟に対応していかなければならない。

CSR報告書を発行して3年目となる今年は、顧客からの信頼確保を中心に課題を抽出し、スマートフォンなど著しい技術革新に対する率先した顧客対応と、顧客の情報管理の徹底に力を入れ、また企業理念に沿って人材育成の強化も図った。

とりわけ、急伸するスマートフォンの高機能化に対して顧客からの質問等に迅速かつ的確に対応できる対策チームを設けたこと、また実務能力に加えコミュニケーション力など人間力を高めるための人材育成にも力を入れる等、従業員一人一人が常に社会視点で仕事ができるように取り組んだ点は評価できる。このほか、障がい者雇用の促進を積極的に進めたこと、男性の育児休暇の取得を奨励したことも評価できる。

さらに、特集・従業員座談会では、通信事業者の一次販売代理店を取り巻く社会的課題を明確にし、来期以降の活動目標を示したことは高く評価できる。東日本大震災をきっかけにライフラインとしての携帯電話の重要性を再認識し、また、子供に対するフィルタリングへの対応、携帯電話の正しい使い方に対する取り組み、高齢者へのさらなる対応、個人情報の管理の強化など、CSRとして取り組むべき課題を明確にした。来期以降は、これらについてどのような対応をしたのか、具体的な目標設定とその進捗状況を見える化していくことが期待される。そして、貴社を取り巻く社会課題の変化を常に捉えながら、適宜これを経営課題として取り組んでいくことが求められる。

社会貢献活動については、取り組むべき課題を従業員が自ら考え、自発的に率先して実践するよう促している点は評価できる。今後は、社会にとっての重要性という観点から社会課題を抽出し、その解決に向け、貴社のCSR活動がどのように役立ったのかを示すようにしていくと良いだろう。

東日本大震災を契機に社会の価値観がさらに大きく変わろうとしている中にあって、企業が社会（ステークホルダー）視点に立った取り組みを行うことが企業価値向上に直結する時代となった。その活動を一層実りあるものにするためには、社会課題の優先順位を明確にすることが求められる。そして、今後は社会課題の解決に自社だけであたろうとするのではなく、NPOや行政機関等のステークホルダーとのパートナーシップを通じて取り組むとともに、それらの具体的成果を明示していくことが期待される。

第三者意見を受けて

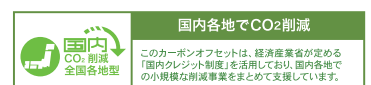
取締役専務執行役員
CSR・コミッティ議長
渡辺 厚志

当社におけるCSRへの取り組みは２００２年の「ＩTCN企業行動基準」の制定に始まり、情報セキュリティ認証の取得、コンプライアンスプログラムの策定などが続き、どちらかと言えば業務運営上の必要性に迫られて進めてきた経緯があります。

しかし現在では従業員の意識は相当高まり、CSR活動は業務運営上の必要性にとどまらず、むしろ社会的な要請にいかに誠実に応えるかという視点から推進され、非常に広範で、しかも従業員の主体的な取り組みに発展していると思っています。

「第三者意見」をお受けして、当社を取り巻く社会課題の変化を積極的に経営課題として取り組み、それがどのようにCSR活動を通して実現されたのか、来期以降具体的にお示しできるようにしたいと考えています。

今回の東日本大震災を契機として、当社および従業員は当社事業が生活インフラの重要な一翼を担っていることを再認識しました。当社の企業理念実現のための基本姿勢である「主体的に、フェアに、誠実に」を貫きながら、社会と向き合い、社会からの信頼が得られる企業を目指してさらに努力をしてまいります。

アイ・ティー・シーネットワーク株式会社
〒150-6026 東京都渋谷区恵比寿4-20-3
恵比寿ガーデンプレイスタワー26F
TEL.03-5739-3700 FAX.03-5739-3704

この報告書は、製造に伴うCO_2排出量がカーボン・オフセット・ジャパン（www.co-j.jp）を通じてオフセット（相殺）されています。昨年度版よりページ数を減らしたことで、1部あたり161.7 g のCO_2が削減できました。

この報告書は、環境に配慮したグリーンプリンティング認定工場で、製版工程の中間材料が削減できるCTP（Computer To Plate）方式と、古紙配合率100%「再生紙」、VOC削減効果の高い「水なし印刷」「W2インキ」を使ってつくりました。また、読み終わったあと印刷用の紙へリサイクルできます。

アイ・ティー・シーネットワーク CSR報告書2011 アンケート

本報告書をお読みいただき、ありがとうございました。今後のCSR活動や報告書制作などに活かしたいと思いますので、以下のアンケートにご協力ください。お手数ですがこの用紙にご記入いただき、FAXまたは郵便にてお送りいただきますようお願い申し上げます。

Q1 この報告書はいかがでしたか。

☐ とてもわかりやすい　☐ わかりやすい　☐ 普通　☐ わかりにくい　☐ とてもわかりにくい

●そのようにお感じになった理由を具体的にお聞かせください。

[　　　　　　　　　　　　　　　　]

Q2 印象に残った記事・ご興味をお持ちになられた内容をお選びください(いくつでも可)。

☐ アイ・ティー・シーネットワークの概要
☐ アイ・ティー・シーネットワークの事業
☐ アイ・ティー・シーネットワークのCSR
☐ お客さまとともに お客さまの信頼に応えるために
☐ 従業員とともに 働きがいのある職場づくり
☐ TOPICS 東日本大震災の日
☐ COLUMN 都市鉱山の活用
☐ 第三者意見を受けて
☐ トップメッセージ
☐ 特集 従業員座談会
☐ CSRマネジメント
☐ 従業員とともに 人財の育成と活用
☐ 社会とともに 環境活動・社会貢献活動
☐ 環境保全に向けて 環境への取り組み
☐ 第三者意見
☐ その他(　　　　　　　　　　　　　　　　)

Q3 この報告書の内容について足りない点、改善した方が良い点がありましたらお聞かせください。

[　　　　　　　　　　　　　　　　]

Q4 アイ・ティー・シーネットワークのCSRへの取り組みについてどのようにお感じになりましたか。

☐ とても評価できる　☐ 評価できる　☐ 普通　☐ 評価できない　☐ 全く評価できない

●そのようにお感じになった理由を具体的にお聞かせください。

[　　　　　　　　　　　　　　　　]

Q5 本報告書をどのような立場でご覧になられましたか。

☐ お客さま　☐ お取引先　☐ 株主・投資家　☐ 政府・行政　☐ 環境NGO/NPO
☐ 報道関係　☐ 学校・教育機関　☐ 学生　☐ 事業所の近隣住民　☐ 当社グループ従業員・家族
☐ 企業・団体の環境担当者　☐ その他(　　　　　　　　　　　　　　　　)

ご協力ありがとうございました。個人情報保護の観点から、個人を特定できるご質問は上記には含まれません。

アイ・ティー・シーネットワーク株式会社
経営企画部

03-5739-3704

〒150-6026 東京都渋谷区恵比寿4-20-3
恵比寿ガーデンプレイスタワー26F